PREFEITURA MUNICIPAL DE CAMPINAS - SME/FUMEC
CENTRO DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL DE CAMPINAS-
" PREFEITO ANTONIO DA COSTA SANTOS"

PLANO DE ENSINO

CURSO:	Técnico em Administração			
PROFESSOR:	Vilson Roberto de Oliveira			
ANO/SEMESTRE	**COMPONENTE CURRICULAR**	**TURMA/ MÓDULO**	**PERÍODO**	**CARGA HORÁRIA TOTAL (prevista)**
2018/ 2º	Comunicação Empresarial	T38/ M I	Noturno	40 h/a

I - EMENTA

Comunicação empresarial ou rede de informações. Os meios de comunicação na sociedade moderna. Modelos de comunicação para a Empresa com ênfase nos aspectos da comunicação institucional, interna, administrativa e mercadológica. Relação das fontes com os meios de Comunicação Empresarial. Importância e pluralidade dos sistemas de informações. Organização, planejamento e controle do processo de trabalho.

II –COMPETÊNCIAS PROFISSIONAIS/ HABILIDADES

Competências	Habilidades
• Conhecer os conceitos e as funções do sistema de comunicação empresarial; • Compreender a importância da comunicação como ferramenta estratégica no resultado pessoal e das organizações; • Expressar-se corretamente nos documentos; • técnicos específicos e interpretar a realidade; • Saber trabalhar em equipe: Comunicação e expressão; raciocínio lógico crítico. Analítico. Criatividade e iniciativa; • Expressar-se de modo crítico e criativo frente aos diferentes contextos	• Classificar os tipos de comunicação, identificar os ruídos da comunicação e as formas de solucioná-los; • Praticar formas e técnicas de apresentações e de falar em público; • Estabelecer comunicação interpessoal; organizacionais e sociais; • Redigir documentos internos e externos; • Aplicar os conceitos de confidencialidade e de segurança da informação,

III – BASES TECNOLÓGICAS

- A comunicação em tempos de crise;

- Comunicação, definições, agentes;
- Comunicação como ferramenta estratégica de gestão;
- Planejamento e Gestão da Comunicação
- Objetivos da comunicação empresarial;
- Formas de comunicação e a construção do processo;
- A importância do Feedback; Linguagens e filtros.
- Tipos de comunicação pessoal e empresarial;
- Principais ferramentas de comunicação;
- Públicos da Comunicação Empresarial
- Os bloqueios, vícios e hábitos em relação à comunicação;
- Técnicas para criar o hábito de leitura;
- Marketing social, relacionamento e de conteúdo.

IV – ESTRATÉGIAS DE ENSINO

Os métodos utilizados serão: aulas expositivas/dialogadas, leitura e discussão de textos de apoio, analise de casos, produção de textos e exercícios práticos (individuais/ grupo), com utilização de vídeos e filmes. Serão realizadas visitas técnicas para complemento do aprendizado e Feiras de Tecnologia e Exposição tais como: Expo Ensino, Bentotec, Sipat e Ceprocamp Aberto.

V – RECURSOS NECESSÁRIOS

Material didático (apostila e atividades elaboradas). Lousa, notebook, projetor, internet, revistas, jornais, artigos selecionados em fontes confiáveis, laboratório de informática.

VI - AVALIAÇÃO

A) **Avaliação inicial:**
Aplicação de questionário, desenvolvimento de temas dirigidos e outros instrumentos de sondagem contendo itens dos conteúdos básicos necessários ao curso, visando montar o perfil da sala (alunos) e adequar o plano estabelecido às características deste público.

B) Avaliação Formativa:
Acompanhamento progressivo do aluno para o desenvolvimento das competências esperadas para fornecer informações sobre o seu desempenho. É com a avaliação formativa que o aluno toma conhecimento dos seus erros e acertos e encontra estimulo para continuar os estudos de forma sistemática deverá acontecer na forma de prova objetiva, dissertativa, trabalhos em grupo e seminários durante o curso e nas datas estabelecidas no calendário escolar.

C) Avaliação Somativa:
Avaliação individual ou em duplas, ao final o curso, contemplando todo o conteúdo trabalhado, tendo como função básica a classificação dos alunos, sendo realizada ao final de um curso ou unidade de ensino. Classificando os estudantes de acordo com os níveis de aproveitamento previamente estabelecidos. A nota final é a média das melhores notas das 3 avaliações.

VII - BIBLIOGRAFIA

- FERREIRA, Patricia Itala e MALHEIROS, Gustavo. **Comunicação Empresarial, Planejamento, Aplicação e Resultados** – São Paulo, SP: Atlas. 2016.
- NEVES, Roberto de Castro. **Comunicação Empresarial** – **Como as Coisas Realmente Acontecem**.- Rio de Janeiro, RJ: Mauad. 2012.
- ROSSI, Armando Tadeu. **Marketing sem Complicações** – São Paulo, SP: SENAC. 2004.

- WEIL, Pierre e TOMPAKOW, Roland. **O Corpo Fala** – Petrópolis, RJ: Vozes, 2004.
- TERCIOTTI, Sandra Helena, Macarenco, Isabel. **Comunicação Empresarial na Prática** – 3ª ed. São Paulo, SP: Saraiva, 2013.
- Apostila: **Comunicação Empresarial – Conceito, Aplicação e Importância**- Empresa Ágil, 2015

VIII – CRONOGRAMA DE AULAS

AULA	CONTEÚDO	ATIVIDADE / ESTRATÉGIA
01	Acolhida Mensagem de boas vindas e Apresentações; Plano do Curso (Objetivos, Metodologia; Avaliações; Bibliografia; Cronograma de Aulas; Contrato Pedagógico; Avaliação Diagnóstica;	Avaliação Diagnóstica; Acordo Pedagógico; Orientações/Diálogo com os alunos.
02	Comunicação Definição Pessoal x Corporativa Processo (emissor, receptor, mensagem, meio/canal, contexto; ruídos, feedback)	Aula Expositiva / Discussão e reflexões com alunos sobre os conteúdos. Leitura de texto sobre a necessidade da comunicação.
03	A importância do feedback no processo de comunicação. Barreiras da comunicação.	Aula Expositiva / Discussão e reflexões com alunos sobre os conteúdos. Dinâmica com a janela de JOHARI.
04	Comunicação e tecnologia da informação. Recursos (e-mail. Whats app, Skype, blogs, twitter, videoconferência, teleconferência, webconferencia, etc).	Aula Expositiva / Discussão e reflexões com alunos sobre os conteúdos Elaboração de atividades com questões (objetivas / dissertativas),afim de fixar o conteúdo.
05	Comunicação Empresarial . Origens/Conceito/Objetivos. Planejamento e Gestão da Comunicação. Missão, Visão, Valores. Agentes (Públicos/Stakeholders). Utilização da Matriz SWOOT para conhecer melhor o ambiente organizacional.	Aula Expositiva / Discussão e reflexões com alunos sobre os conteúdos. Pratica: Preencher a matriz SWOOT
06	Comunicação Interna. Direcionamento da comunicação (de cima para baixo, de baixo para cima, horizontalmente). Tipos/ Classificações (verbal/não verbal; interna/externa; formal/informal; hierárquica/funcional; pessoal/ administrativa/comercial/oficial)	Aula Expositiva sobre o assunto com discussão e reflexões com os alunos sobre os conteúdos
07	Revisão e aplicação da Avaliação I	Aplicação da avaliação I
08	Comunicação Institucional: A comunicação como ferramenta mais importante para se proteger os interesses das empresas: Ferramentas/Profissionais (CRM; SAC; Ouvidoria Assessoria de comunicação; R.P; Adm. Redes Sociais.)	Aula Expositiva sobre o assunto com discussão e reflexões com os alunos sobre os conteúdos

09	Comunicação Administrativa Documentos Importantes (CI/Memorando; Carta/Ofício; ata, procurações Relatório; Contrato, e-mails etc.)	Aula Expositiva sobre o assunto com discussão e reflexões com os alunos sobre os conteúdos Oficina / práticas
10	Continuação da aula anterior	Oficina / prática.
11	Ferramentas de comunicação: Jornal interno, mural, intranet, boletim online, e-mail marketing, palestras, reuniões(o papel da oralidade).	Aula Expositiva sobre o assunto com discussão e reflexões com os alunos sobre os conteúdos. Oficina/práticas
12	Apresentação em Público: Competência e habilidades necessárias: Comportamento, Técnicas e Relacionais; Marketing Pessoal; Atitudes que emperram a comunicação e que devem ser evitadas.	Aula Expositiva / Discussão e reflexões com alunos sobre os conteúdos e estratégias, recursos para uma apresentação oral. Vídeos com dicas para falar público.
13	Como preparar e elaborar uma apresentação de Seminários. Dicas: elaboração de slides, tempo para apresentação, domínio do tema etc.	Aula expositiva e discussão e reflexão com os alunos sobre o tema.
14	Avaliação II	Aplicação da Avaliação II
15	Comunicação Assertiva. Sujeito e Comportamentos assertivos e não assertivos.	Estudo dirigido sobre o grau de assertividade. Aula expositiva/ discussão e reflexões com alunos sobre os conteúdos e estratégias.
16	Gestão Estratégica (Comunicação Planejada/Integrada): Diagnostico situacional com todas as áreas avaliando o clima organizacional; definir um plano de ações estratégicas	Estudo de caso: Itaipu Binacional.
17	Marketing Social x Comunicação; Marketing de Relacionamento; Marketing de Conteúdo. O poder do marketing no processo de comunicação. Conceito e definições.	Aula Expositiva, discussão e reflexões com alunos sobre os diferentes tipos de marketing no processo de Comunicação.
18	Revisão de Conteúdo para AV-3; Aplicação da Avaliação-3 (Final)	Aplicação da Avaliação.
19	Avaliações: (Substitutiva/Recuperação); Devolutivas das Avaliações.	Aplicação das Avaliações: (Substitutiva/Recuperação)
20	Semana Cultural	Atividade institucional conforme programação específica.

Assinatura do(s) docentes(s) DATA:	Assinatura POA DATA:	Assinatura da Orientadora Pedagógica DATA: